

PESQUISA CNI-IBOPE

METODOLOGIA



Confederação Nacional da Indústria

CNI. A FORÇA DO BRASIL INDÚSTRIA

Versão 2.1

Brasília-DF

Setembro/2014

METODOLOGIA

PESQUISA CNI-IBOPE



Confederação Nacional da Indústria

CNI. A FORÇA DO BRASIL INDÚSTRIA

Versão 2.1

Brasília-DF

Setembro/2014

CONFEDERAÇÃO NACIONAL DA INDÚSTRIA - CNI

Robson Braga de Andrade

Presidente

Diretoria de Políticas e Estratégia

José Augusto Coelho Fernandes

Diretor

Diretoria de Desenvolvimento Industrial

Carlos Eduardo Abijaodi

Diretor

Diretoria de Relações Institucionais

Mônica Messenberg Guimarães

Diretora

METODOLOGIA

PESQUISA CNI-IBOPE

Versão 2.1

Brasília-DF

Setembro/2014

© 2014. CNI – Confederação Nacional da Indústria.

Qualquer parte desta obra poderá ser reproduzida, desde que citada a fonte.

CNI

Gerência de Pesquisa e Competitividade – GPC

Gerência de Política Econômica – PEC

FICHA CATALOGRÁFICA

C748m

Confederação Nacional da Indústria.
Metodologia da Pesquisa CNI-IBOPE / Confederação
Nacional da Indústria. – Brasília, 2011.
14 p. : il.

1 Pesquisa - Indicadores I. Título

CDU: 324 (049.5)

CNI

Confederação Nacional da Indústria

Setor Bancário Norte

Quadra 1 – Bloco C

Edifício Roberto Simonsen

70040-903 – Brasília – DF

Tel.: (61) 3317- 9001

Fax: (61) 3317- 9994

<http://www.cni.org.br>

Serviço de Atendimento ao Cliente - SAC

Tels.: (61) 3317-9989 / 3317-9992

sac@cni.org.br

Sumário

1 Introdução 9

2 Histórico 10

3 Metodologia 11

3.1 Objetivo da pesquisa 11

3.2 Abrangência 11

3.3 Unidade de investigação 11

3.4 Âmbito da pesquisa (população objetivo) 11

3.5 Periodicidade 11

3.6 Construção da amostra 11

3.7 Variáveis investigadas 13

3.8 Coleta e crítica dos dados 14

3.9 Indicadores 14

1 Introdução

A **Pesquisa CNI-Ibope** avalia trimestralmente a opinião pública no que diz respeito à administração federal e a temas de interesse da sociedade. Além disso, em anos de eleições presidenciais, avalia também as intenções de voto dos eleitores brasileiros.

A pesquisa revela a imagem do governo, do Presidente da República, e traz também a percepção da população sobre assuntos importantes como desemprego e medidas com impacto direto na economia.

Com essa pesquisa espera-se fornecer à sociedade brasileira um acompanhamento do clima de opinião nacional a respeito de temas econômicos, políticos e sociais, além de embasar a criação de indicadores econômicos.

2 Histórico

A Pesquisa **CNI - Ibope** é fruto da parceria entre a Confederação Nacional da Indústria (CNI) e o Ibope Inteligência, iniciada em 1982.

Inicialmente a Pesquisa CNI-Ibope era realizada esporadicamente.

A partir de 1996 formalizou-se a realização de quatro rodadas por ano, sendo duas no primeiro semestre e outras duas no segundo semestre, acrescido de alguma pesquisa estratégica em algum estado ou município escolhido pela CNI e pelo Sistema S.

Atualmente a Pesquisa CNI-Ibope é realizada em março, junho, setembro e dezembro de cada ano, sendo divulgada em publicação de mesmo nome com uma avaliação do governo e, em anos de eleições presidenciais, com as intenções de voto dos eleitores. Além disso, permite a elaboração de publicação sobre temas de interesse da sociedade brasileira e serve de subsídio para a elaboração do Índice Nacional de Expectativa do Consumidor (INEC)¹ e do Índice de Medo do Desemprego (IMD)², divulgados em publicações de mesmo nome.

¹ Para informações adicionais sobre o INEC, veja a metodologia do Índice Nacional de Expectativa do Consumidor (INEC).

² Para informações adicionais sobre o IMD, veja a metodologia do Índice de Medo do Desemprego.

3 Metodologia

3.1 Objetivo da pesquisa

Levantar, junto aos eleitores da área em estudo, opiniões relacionadas a assuntos econômicos, políticos e sociais.

3.2 Abrangência

A Pesquisa CNI-Ibope abrange todo o território nacional.

3.3 Unidade de investigação

População residente em domicílios particulares permanentes de todas as regiões do Brasil.

Entende-se por domicílios particulares permanentes aqueles destinados à habitação de uma pessoa ou um grupo de pessoas, localizado em casa, apartamento ou cômodo.

3.4 Âmbito da pesquisa (população objetivo)

Eleitores com 16 anos ou mais.

3.5 Periodicidade

A Pesquisa CNI-Ibope é realizada trimestralmente.

3.6 Construção da Amostra

As amostras utilizadas são representativas da população em estudo, estratificada com alocação proporcional à população de cada estrato. Os estratos considerados são os estados brasileiros, com exceção dos estados do Acre, Amapá e Roraima, que juntos constituem apenas um estrato.

Dentro de cada estrato, nas regiões metropolitanas e nos demais municípios de cada estado, serão selecionadas amostras probabilísticas de conglomerados em três estágios, da seguinte forma:

a) No primeiro estágio, os conglomerados são os municípios que são selecionados probabilisticamente através do modelo PPT (Probabilidade Proporcional ao Tamanho), com base

na população de 16 anos ou mais de cada município. No caso do Distrito Federal, usa-se as regiões administrativas.

b) No segundo estágio, são selecionados os conglomerados: setores censitários, com PPT (Probabilidade Proporcional ao Tamanho) sistemático. A medida de tamanho é a população de 16 anos ou mais residente nos setores.

c) No terceiro estágio são selecionados os conglomerados de domicílio e em cada conglomerado um número fixo de eleitores segundo cotas de variáveis descritas como se segue:

- Sexo: Masculino e Feminino;
- Grupos de idade: 16-17, 18-24, 25-29, 30-39, 40-49, 50-69 e 70 anos ou mais.
- Instrução: Até a 4ª série do fundamental; 5ª a 8ª série do fundamental; Ensino Médio; Superior
- Atividade: Setor de dependência - agricultura, indústria de transformação, indústria de construção, outras indústrias, comércio, prestação de serviços, transporte e comunicação, atividade social, administração pública, outras atividades, estudantes e inativos.
- Renda familiar (em salários mínimos): Até 1; Mais de 1 a 2; Mais de 2 a 5; Mais de 5 a 10; Mais de 10
- Região: Norte / Centro-Oeste; Nordeste; Sudeste; Sul
- Condição do município: Capital; Periferia; Interior
- Porte do município (em número de habitantes): Até 20 mil; Mais de 20 a 100 mil; Mais de 100 mil

Fontes de dados para a elaboração da amostra: Censo 2000, com correção pelos dados mais atualizados da PNAD e TSE.

O intervalo de confiança estimado é de 95% e a margem de erro máxima estimada é de 2 pontos percentuais para mais ou para menos sobre os resultados encontrados no total da amostra.

3.7 Variáveis investigadas

O questionário da Pesquisa CNI-Ibope é dividido em três grandes blocos, utilizados em publicações distintas da CNI:

a) Avaliação do Governo e Pesquisa Eleitoral³.

Busca identificar a opinião dos entrevistados com relação à avaliação, à aprovação e à confiança no Presidente da República. Serve também para avaliar a percepção dos entrevistados com relação ao noticiário sobre o governo federal. Além disso, visa saber como está a aprovação da atuação do governo federal nas seguintes áreas: combate à fome e à pobreza, educação, meio ambiente, combate ao desemprego, combate à inflação, taxa de juros, saúde, segurança pública e impostos.

A parte referente à Pesquisa Eleitoral busca identificar as intenções de voto para presidente e para o segundo turno, em cenários simulados. Objetiva identificar o quanto os eleitores conhecem os candidatos e qual seria a probabilidade de voto nesse candidato. Adicionalmente, os eleitores são questionados se conhecem o candidato apoiado pelo atual Presidente da República e se levariam em conta esse apoio no momento do voto. Por último, busca-se identificar o grau de simpatia ou preferência por determinado partido político.

b) Política e Sociedade.

Esse bloco foi inserido no questionário em março de 2010. Trata de assuntos variados em cada edição, sempre sobre aspectos relevantes da sociedade brasileira.

c) Economia.

Nesse bloco busca-se avaliar a opinião pública sobre o cenário econômico brasileiro, por meio de perguntas sobre a expectativa com relação à inflação, ao desemprego e à renda pessoal, sobre a situação financeira, o nível de endividamento e a propensão a compras de bens de maior valor. Além disso, visa identificar o quanto os entrevistados estão com medo de serem afetados pelo desemprego.

Com as perguntas desse bloco são elaboradas, pela CNI, as seguintes publicações: Índice Nacional de Confiança do Consumidor – INEC⁴ e Índice de Medo do Desemprego – IMD⁵.

³ A parte referente a pesquisa eleitoral só é coletada em anos de eleições presidenciais.

⁴ Para detalhes sobre as variáveis investigadas no INEC, veja a metodologia do Índice Nacional de Expectativa do Consumidor (INEC).

⁵ Para detalhes sobre a variável investigada no IMD, veja a metodologia do Índice de Medo do Desemprego.

3.8 Coleta e crítica dos dados

As pesquisas são domiciliares, realizadas pessoalmente por uma equipe de entrevistadores contratada pelo IBOPE Inteligência, devidamente credenciada, com experiência e treinamento específico em pesquisas de opinião pública, com utilização de questionário elaborado de acordo com os objetivos da pesquisa.

São realizadas 2002 entrevistas no período de 4-5 dias corridos.

Quanto à consistência do preenchimento, todos os questionários, após a realização das entrevistas, são conferidos e aproximadamente 20% dos questionários são fiscalizados.

3.9 Indicadores

Na Pesquisa CNI-Ibope os resultados são divulgados na forma de percentual de resposta. Para cada uma das perguntas do bloco sobre Avaliação do Governo e Pesquisa Eleitoral e Política e Sociedade, são apresentados os percentuais de assinalação de cada opção de resposta para o total de entrevistados e para cada um dos cortes abaixo:

- Sexo: Masculino e Feminino;
- Grupo de idade: 16 a 24 anos; 25 a 29 anos; 30 a 39 anos; 40 a 49 anos; 50 anos e mais.
- Escolaridade: Até 4ª série do fundamental; 5ª a 8ª série do fundamental; Ensino médio; Superior.
- Renda familiar (em salários mínimos): Até 1; Mais de 1 a 2; Mais de 2 a 5; Mais de 5 a 10; Mais de 10
- Região: Norte / Centro-Oeste; Nordeste; Sudeste; Sul

CNI

DIRETORIA DE POLÍTICAS E ESTRATÉGIAS

José Augusto Coelho Fernandes

Diretor

Gerência Executiva de Política Econômica – PEC

Flávio Pinheiro de Castelo Branco

Gerente-Executivo

Gerência Executiva de Pesquisa e Competitividade – GPC

Renato da Fonseca

Gerente-Executivo

Alisson Costa

Carla Regina P. Gadêlha

Produção Editorial

DIRETORIA DE SERVIÇOS CORPORATIVOS – DSC

Fernando Augusto Trivellato

Diretor

Gerência de Documentação e Informação – GEDIN

Mara Lucia Gomes

Gerente de Documentação e Informação

Alberto Nemoto Yamaguti

Normalização



Confederação Nacional da Indústria

CNI. A FORÇA DO BRASIL INDÚSTRIA